

ABSTRAK

Game seluler berfungsi sebagai hiburan, Love Nikki Dress Up Queen merupakan *game* yang didominasi oleh wanita. Tujuan penelitian ini untuk mengetahui pengaruh motivasi hedonis terhadap minat beli pembelian barang virtual Love Nikki. Penelitian dianalisis menggunakan analisis regresi linear sederhana. Metode penelitian ini adalah deskriptif dengan pendekatan kuantitatif. Objek yang diteliti adalah pemain Love Nikki Indonesia. Pengumpulan data diperoleh dari penyebaran kuesioner kepada 100 responden.

Berdasarkan hasil analisis deskriptif, variabel motivasi hedonis berada pada kategori baik dengan persentase 79% dan variabel minat beli pada kategori baik dengan persentase 75%. Hasil dari uji verifikatif telah dilakukan menunjukkan pengaruh positif yang signifikan (nyata) variabel motivasi hedonis terhadap minat beli. Hal ini diperoleh dari hasil statistik uji regresi dengan nilai t -hitung untuk variabel motivasi hedonis sebesar 10,389 dimana t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} ($10,389 > 1,985$), selain itu, diketahui nilai signifikansi sebesar 0.000 dimana nilai signifikansi kurang dari 0.05 ($0.000 < 0.05$), yang menandakan bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima, artinya motivasi hedonis berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli.

Berdasarkan tanggapan pengguna, dimensi *Novelty* dan Minat Preferensial memperoleh penilaian terkecil. Oleh sebab itu, disarankan kepada Love Nikki untuk memberikan inovasi baru atau mengembangkan fitur-fitur yang sudah ada agar pengguna mendapatkan pengalaman yang menarik.

Kata Kunci: Motivasi Hedonis, Minat Beli, Love Nikki